



Title	中国観光の発展過程とその特徴に関する一考察
Author(s)	張, 広帥
Citation	Sauvage : 北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院院生論集, 7: 71-79
Issue Date	2011-03
Doc URL	<a href="http://hdl.handle.net/2115/46937">http://hdl.handle.net/2115/46937</a>
Type	bulletin (article)
File Information	Sau7_006.pdf



[Instructions for use](#)

## 中国観光の発展過程とその特徴に関する一考察

張 広帥  
観光創造専攻 修士課程  
kousui@cats.hokudai.ac.jp

### 1. はじめに

中国では、当時の貧困状態から脱却するため、1978年に鄧小平が改革開放政策を提唱し、それまでの閉鎖的な古い経済体制から、海外からの資金や企業の誘致を促進する開放的な経済体制に変え、社会主義市場経済に基づく経済発展をめざしてきた。その結果、現在の中国は改革開放政策の方針の下で、さまざまな分野が著しく成長し、未曾有の経済発展をもたらしている。このことは観光分野においても例外ではなく、外貨獲得や雇用創出などの経済効果をはじめ、大きな変化が起こっている。

そこで本研究では、主に文献研究を通じて、改革開放政策前後の観光の位置づけや政策などについて分析する。そして、中国観光の発展の特徴を示すとともに、今後の取り込むべき課題を示すことを目的とする。

### 2. 改革開放政策以前の観光

#### (1) タブー視された観光

改革開放政策以前の中国では、観光に関連する事業や行動は、1966年からの文化大革命の影響などもあって、すべて「社会主義に反する資本主義の外交路線」、あるいは「ブルジョアの生活スタイル」と見なされ、「反社会主義の行為」として強く批判された。また、一部の文物旧跡や観光名勝は閉鎖され、観光事業は重大な損害を受けた。

当時の中国では、「沿岸部大都市の人口増加・過剰都市化を抑制するため、「糧票」（食糧切符）による食糧配給制度を活用して、農村から都市への人口移動を厳格にコントロール」（松村 2009：33）していた。また、「単位」という職場が発行する招待状がある公務出張以外で、列車や飛行機の切符を購入したり、宿泊先を確保したりすることは困難であった（松村 2009：33）。そのため、国民にとって旅行に出かけること自体が難しかった。加えて、観光は金と時間をかけて一方的に行う消費行動であり、物質的には何も生み出さない「究極の無用な行動」と認識されていた。このように、国民の自由な行動が厳格に制限される一方、観光そのものがタブー視され、「社会主義」に反する非難の対象となっていた。

一方、外国人に対しては、政治目的の外交事業の一部として、中央政府の厳格な管理下で観光が推進されてきた。松村（2009：32）は「中国共産党が受け入れた外国人は、社会主義諸国の同胞や華僑を除けば、対外的宣伝やイメージ形成で良好な成果が得られると判断された「政治的巡礼者」であった」と指摘している。

中国の建国初期、欧米諸国は中国に対して「政治孤立、経済封鎖」の政策を実施したため、観光は旧ソ連との政治上の接待という形で行われた。また、華僑の帰国や親族訪問、外国人訪問者の食事、宿泊、交通などのサービス提供も行われた。た

だし、中央政府は国家のイメージをよく見せるため、規制された以外の地域への立ち入りを禁止した。実際、「訪中者の国内での自由な行動や見聞は厳しく制約された。基本的に中国側が「外賓」を「招待」する形で、旅程は周到に「安排」（手配）された。旅程では通訳や案内人が常に同行し、監視役も兼ねた」（松村 2009 : 32）。そして、未開放地域に立ち入った場合は、軍事地域への立ち入りと同じ措置が取られ、「身柄を拘束され、公安局がスパイ行為や違法行為を取り調べ、問題がないと証明されれば罰金を支払い釈放され、対外開放都市への退去が命じられ」（松村 2009 : 36）るという状況であった。

## **(2) 中央政府による観光事業の管理**

このように、中央政府が観光をタブー視してきたこともあり、観光に対する政策は極めて少なかった。しかし、華僑の帰国や親族訪問などに対応するため、公営の旅行会社が設立された。

1949年の「福建アモイ華僑服務社」をはじめ、全国に華僑向けのサービス機関が設立された。1952年には、「アジアおよび太平洋地域平和会議」でより多く外国人訪問者を接待するため、「中国国際旅行社総社」が設立された。同社の主な業務は、訪中する政治家やジャーナリストなどの「食事、宿泊、交通、観光並びに国際鉄道チケットの販売するといった業務」（王 2001 : 14）であった。同社は国営企業の形態であり、経済効果は一切配慮されず、国の補助金で運営する仕組みであった。

1960年代に入ると、周恩来がアジア、アフリカ、ヨーロッパの14カ国を歴訪し、その後、フランス、パキスタンなどとの国交が正常化された。それに伴って、外国人訪問者が増加し、既存の旅行会社では十分に対応できないと予測されたことから、中央政府は観光事業に対する統一管理体制を強化した。その結果、1964年に「中国旅行遊覧事業管理局」が設立された。この管理局は、現在の「中国国家旅游局」の前身であり、全国の観光事業の管理や指導などの業務を行う、「はじめての外交部の外事行政管理部門であった」（張 2003 : 100）。

このように、改革開放政策以前の観光は、政治上の接待や華僑の親族訪問などが中心であった。ここでは、観光によって外貨を稼ぎ出すという経済目的よりも、国際的影響力を拡大するという政治目的が重視されていた。つまり、中国観光は、共産党政権の能力を国外にアピールする媒体であり、政治目的のイメージが強かった。

## **3. 改革開放政策に伴う観光の変化**

### **(1) 「経済発展の手段」としての観光**

改革開放政策以前の中国は、周辺国に比べると経済的に遅れ、国民が貧困にあえぐ状態であった。これに対して、鄧（1996 : 30）は「わが国についていえば、それは何よりもまず貧困から抜け出すことである。そのためにはより速い発展の道を探し出さなければならない。貧困は社会主義ではないし、また発展の遅すぎるのも社会主義ではない。そうでなければ社会主義にどんな優越性があるだろうか」と指摘している。そして、鄧小平は当時の厳しい実態を正視し、経済発展を中心とする改革開放政策を全面的に打ち出した。この改革開放政策の方針に合わせて、観光分野でもさまざまな変化が起こった。

まず、今までの観光は外貨獲得の機能が乏しかったことから、鄧小平はより収益性を意識し、外貨を稼ぐための観光を提唱した。そして、観光は外貨獲得による経

済発展の1つの手段として位置づけられるようになった。

改革開放政策によって、沿海部大都市が急速に経済発展したため、労働力の不足が発生した。そこで、農村から都市への人口移動が比較的容易にできるようになった。このことで、国民の移動が自由化され、都市住民と農民の交流や情報交換などが頻繁に行われた。その結果、「社会主義に反する」という観光の従来のイメージが次第に変化していった。また、都市と農村の経済格差に対し、「観光はその格差を解消する手段として奨励され」（松村 2009：39）た。このことで、観光は国民の新たな収入源となり、地域を経済的に豊かにする可能性を生み出した。これまで「究極の無用な行動」と認識され、一方的な消費行動と見なされてきた観光は、ものを生み出す生産行動として再認識された。

観光は「利益を上げ、外貨を稼ぐ」手段として位置づけられたが、それに伴って、中央政府はより多くの外国人観光客を誘致するため、さまざまな方針を立てた。まず、中央政府は中国における「国際観光客」を定義した。その内容は、「我が国に参観・訪問・旅行・親族や友人訪問・休養・視察・会議参加などで訪れ、経済・科学技術・文化・教育・宗教などの活動に従事するため訪れた外国人・華僑・香港マカオ同胞と台湾同胞」（王 2002：8）であった。中央政府は幅広く「国際観光客の概念」を解釈し、「政治接待」ではなく、経済や社会、教育、文化、保健など、幅広い分野において重要な役割を果たす可能性が極めて高いと認識するようになった。当時、観光分野で「未開拓」であった中国は、外国人観光客や中華系の同胞に積極的にアピールすることで、観光客の増加による経済効果を図ろうとした。

また、改革開放政策による沿海部大都市への外国人観光客の大幅な増加に対して、「中国共産党中央第11回全国人民代表大会第3回総会（第11回3中全会）の開催と同時に1978年に開かれた全国観光活動会議では、中国は自然資源が豊かであるが、経済基盤が弱いという特徴を踏まえて、観光業を「積極的に発展し、穏健に前進」すべきだという方針を定めた」（王 2001：18）。この方針は中国観光の外貨獲得機能が弱いことを認識したうえで、積極的な発展をめざす方向性を示している。

さらに、観光の更なる発展による外貨獲得のため、中央書記処と国務院常務会議は、旅行游覧管理総局が行った観光活動に関する報告に「現実から出発し、国情に適し、日に日に盛んになり、名声と利益をともに収めるような中国式観光業の道を進むように」（王 2001：18）という指示を下した。そして、中国は1983年に、世界観光機関（WTO）の正式メンバーとなった。これをきっかけに、中央政府は、ただ「利益を上げ、外貨を稼ぐ」だけでなく、社会主義の「名声を高め」、中国ならではの観光の発展の方向性を示し、経済効果と政治効果の両方を高めようという方針に変化していった。

## （2）観光の管理体制の改革

改革開放政策の結果、外事行政管理型の体制が観光の現状に対応できなくなったため、中央政府は観光管理体制の改革を実施した。

1978年3月、中央政府は「旅游事業の発展に関する報告」を発表し、旅游管理体制を明確にした上で、旅行游覧事業管理局を国務院の管理総局の直屬機関に変えると発表した。そして、国務院は全国の観光事業の管理や指導などの役割を果たしてきた「中国旅行游覧事業管理局」を「中国旅行游覧管理総局」に改名した。また、「観光事業を一元管理するため、17人の観光活動指導グループを設け」（張 2003：

100)、「中国旅行游覧管理総局」の今までの業務内容に、新しく設立した観光活動指導グループの管理機能を加えた。そして、1982年の中国国際観光会議の開催を機に、「中国旅行游覧管理総局」を「中国国家旅游局」に改名し、中国観光を管理する最高機関と位置づけた。

張(2003:100)は、1970年代末から1980年代初の数年間に、外国人観光客は毎年25%増加したと指摘している。観光客の急速な増加によって旅行会社の不足問題が起こったことから、中央政府は新たな国営旅行会社を設立した。「1980年6月27日、国務院は中国青年旅行社の設立を決定し、中国の観光業経営には中国国際旅行社、中国旅行社(華僑観光服務総社と同じ事務所)、中国青年旅行社と三大旅行社が鼎立する構造が現出した」(王2001:18)。新たな国営旅行会社の設立は、観光客の増加による受け入れ体制の不足問題を解決しただけでなく、経済面では外貨獲得の役割を果たしていった。結果として、1980年に「中国が迎え入れた国際観光客は500万人を突破し、6億2,000万ドルの外貨を獲得し、それぞれ前年より35.6%と46.0%も増えた」(王2001:18)。こうして、国家旅游局や三大旅行会社による管理下で積極的に観光を展開し、外国人観光客の増加による外貨獲得の経済効果を高めていった。

一方、中央政府の一方的な管理体制の改革だけでは、急速に増加する外国人観光客のニーズに対応できなくなるため、地方政府における観光体制の改革も行われた。前述した「旅游事業の発展に関する報告」によると、「1978年3月、各省、市、自治区の地方政府は、旅游局を設立し、各地方の旅游事業を管理する」(張2003:100)とされている。地方政府の観光管理体制の改革は、観光客の増加による地方の経済効果をもたらし、観光の全面的発展に大きな意義を持たせた。

地方の管理体制の改革によって、外国人観光客の立ち入り制限も緩和された。「1982年10月公布の「外国人の我が国の旅行の管理に関する規定」は、外国人個人自由旅行の解禁を告知し、外国人旅行者が社会治安や国家機密の保守に与える悪影響への懸念を表明し、外国人が許可なく訪問できる対外開放都市29カ所を初めて明記した」(松村2009:35)。しかし、対外開放都市に指定されるには、4つの条件が必要であった。それは、「①外国人観光客を引き付ける名勝や古跡、観光名所、風景区、また対外貿易や文化科学技術交流のある大中都市であること。②社会治安が安定し、交通事情が良好であること。③通訳やホテルなどの接待条件が整っていること。④軍事的な立ち入り禁止区域でないこと」(王2002:27)であった。このように、中央政府は観光の全面的発展をめざす一方で、政治問題に配慮し、対外開放都市を慎重に選んでいる姿勢が見えた。一方、対外開放都市による外国人観光客の立ち入り制限が緩和されたことで、初めて外国人観光客の自由な観光行動が事実上に認められた。そのため、「対外都市の指定で観光インフラ整備を集中的に行い」(松村2009:36)、海外からの投資や観光開発への外資導入が進んだ。そして、観光客の増加や外貨獲得による経済成長が期待され、中国観光のブームが始まった。

### (3) 国内観光の推進に向けた改革

中央政府は外国人観光客に目が向けただけでなく、地方政府主導で行われる国内観光も含めた全国の観光管理体制の改革を行った。1985年1月に、国家旅游局の「当面旅游体制改革のいくつかの問題に関する報告」によると、

①従来の観光客誘致を中心とした取り組みから、観光資源の開発と観光客の誘致

を並行して進めること、

②国際観光を中心とした観光管理体制から、国際観光と国内観光を並行して進めること、

③国を主体とした投資による旅游インフラ整備から、国、地方、部門、集団、個人の全員参加、また自国資本と外国資本の共同参加、

④事業機関による旅游経営から、自主経営、企業型の旅游経営

という「4つの転換」を示している（張 2003：100）。「4つの転換」政策のうち、①については、従来の観光客誘致の体制では、観光客に十分対応できない可能性があるため、新たな観光資源開発も重視するようになった。②については、中国観光の発展に偏りが生じるため、国内観光も積極的に推進するという指示であった。また③については、中央政府主導の観光開発から海外の企業との共同開発に転換し、外資の誘致による経済発展を図ろうとするものであった。さらに④については、政府主導の経営形態から地方政府の自主経営や企業経営など、分散型の経営形態に転換することで、経済効率を高め、観光の全面発展による経済効果が期待された。

観光管理体制の改革によって、観光業を主要産業とする地域が出現し、「2001年までにはほぼ全ての省、自治区、直轄市の政府は旅游業の産業的地位を明確にするようになった。2001年1月に、国務院は全国旅游発展に関する会議を開き、「国務院、旅游業の加速発展に関する通知」を發表し、中国の旅游業は新しい歴史的な時期を迎え、中央政府から地方まで今までにない協力と支持を受けた」（張 2003：100）。そして、地方の自主経営や個人経営によって、中国の大都市だけでなく、農村においても、郷村観光のような農村の文化や景観などの観光資源を活用した新しい観光形態が現れた。さまざまな観光形態の誕生は、地域の経済発展を加速させる可能性があり、大都市だけでなく、農村にも経済的な豊かさをもたらした。

こうした管理体制の改革に加え、観光を推進する上で重要な要素となる休暇制度も設けられた。1999年、国務院は休暇を増やし、「春節」、「五・一」、「十・一」の年3回、「黄金週間」として推進する制度を發表した。この休暇制度の導入は、観光業だけでなく、さまざまな産業の発展を促した上に、国民が国内観光に参加する機会を与え、経済発展に結びつける手段の1つとしても有効である。また、「2000年6月に、国務院は国家旅游局、国家統計委員会、国家経済貿易委員会、公安部、建設部、鉄道部、交通部、民航総局に「休暇における旅游業の更なる発展のいくつかの意見について」の公文書を配布し、「黄金週間」前における交通機関の調達や、運送方案など事前準備への指示を出した」（張 2003：100）。中央政府は、観光の大衆化による経済効果への期待が高まっているため、経済成長に関わるさまざまな条件を整え、積極的に対策をとってきた。

さらに、国家旅游局は休暇制度の推進だけでなく、1992年から毎年1つの観光テーマを定め、中国観光の魅力をアピールした。1992年の「友好観光年」に始まり、1993年の「中国山水風光游」、1994年の「文物古跡游」、1995年の「民俗休暇游」、1996年の「休閒度假游」、1997年の「中国旅游年」、1998年の「華夏城郷游」、1999年の「生態環境游」、2000年の「神州世紀游」、2001年の「中国体育健身游」などのテーマを定め、さまざまな新しい観光形態への挑戦を試みた。

#### 4. 中国観光の特徴—大衆観光と新たな観光形態の同時発展

これまで見てきたように、中央政府は外国人観光客を誘致するだけでなく、黄金

週間や観光年の設定などを通じて、国内観光も積極的に推進し、観光客の増加による経済発展をめざしてきた。外国人観光客に対しては、マスツーリズムの提供よりもむしろ、観光内容が具体化された SIT 型の観光を推進してきた。観光の経験が乏しかった中国では当初、外国人観光客を受け入れるだけでも十分な経済効果を得られた。しかし、1989年の天安門事件の影響でインバウンドが大幅に減少し、大きなダメージを受けたため、観光による経済成長が一時的に停滞した。そこで、中央政府は、国際観光の再建を図るために新しい観光プロモーションを推進する一方、国内観光にも目を向け始めた。

国内観光は、前述したように、改革開放政策における急速な経済成長とともに、発展を遂げている。そのため、地方都市や農村ではマスツーリズムに代表される大衆観光の市場が大きい。他方で、同じ国内観光でも、沿海部大都市を中心とした富裕層は、金銭的にも時間的にも余裕を持っていることから、大衆観光よりもむしろ、観光資源に新しい価値を見出し、テーマ性を強調した観光形態を選択し始めていると考えられる。

このように、中国観光は外国人観光客に対しては、SIT 型の観光戦略を行っている。一般に先進国では、マスツーリズムの悪影響への反省から、個人の趣味や嗜好を重視する SIT 型の観光の特徴に基づいて、観光戦略を移行させている例が多い。しかし、中国では、まだ観光を経験していない国民も多いため、大衆観光における観光振興が主流の考えになっている。しかし、すでに大衆観光を経験した富裕層や都市住民に対しては、SIT 型の新しい観光形態を提供している。こうした大衆観光と新しい観光形態が同時に発展していることが、中国観光の大きな特徴といえよう。

## 5. 中国観光の現状と予測

大衆観光と新たな観光形態が同時発展する中国では、いまや観光産業が経済発展の大きな柱になりつつある。国家旅游局は、観光がすでに中国の第三次産業のうち、最も活力と潜在力のある新興産業であり、経済の新しい成長分野と見なしている。また、中国の2003年の観光客数は世界5位、そして観光による外貨収入は6位となり、国内旅行の規模、増加率、潜在力の点で、世界最大の旅行市場となっている。さらに、人民網（2010年8月13日）<sup>1</sup>によると、中国の観光は国際メディアにおける中国の9大分野の1つとして称賛されているほか、国家旅游局が発表した中国上半期の観光業に関する報告書によると、2010年上半期の国内観光客数は前年同期比8.6%増の延べ10億9,700万人、観光収入は同19%増の7,500億元（約9兆5,800億円）になると見込まれている。

さらに、近年、中央政府は観光に対するさまざまな方針を示し、観光による経済発展をバックアップしている。2009年12月に国务院が発表した「観光業の加速発展に関する国务院意見」によると、「観光業は戦略的産業であり、消費資源が少なく、他産業との連動性が高く、就業機会を多く創出でき、総合的効果が高い」と指摘されている。

中国の観光は国内に限らず、国際的にも期待されている。中央政府は、2020年に観光業の規模、品質、効率ともに世界の観光強国の水準をめざすという目標を示している。経済成長が著しい中国は、2010年代後半にアジア諸国で起こると予想されている「第4次観光革命」（石森 2008：2）を先導する国の1つとされている。また、世界観光機関（WTO）は「中国は2020年に、世界で最も多い1億3,710万人

の外国人観光客を受け入れる国になり、世界で4番目に多い1億人の中国人観光客を送り出す国になる」と予測しており（図表-1）、世界中から広く注目されている。

図表-1 2020年の観光目的地・アウトバウンド予測

世界の上位目的地					世界の上位アウトバウンド国			
順位	国名	観光客 到着数 (100万人)	マーケット シェア (%)	年間伸び率 1995～2020 (%/年)	順位	国名	観光客 送客数 (100万人)	マーケット シェア (%)
1	中国	130.0	8.3	7.8	1	ドイツ	152.9	9.8
2	フランス	106.1	6.8	2.3	2	日本	141.5	9.1
3	アメリカ	102.4	6.6	3.5	3	アメリカ	123.3	7.9
4	スペイン	73.9	4.7	2.6	4	中国	100.0	6.4
5	香港	56.6	3.6	7.1	5	イギリス	94.5	6.1
6	イギリス	53.8	3.4	3.4	6	フランス	54.6	3.5
7	イタリア	52.5	3.4	2.1	7	オランダ	45.6	2.9
8	メキシコ	48.9	3.1	3.6	8	イタリア	35.2	2.3
9	ロシア	48.0	3.1	8.5	9	カナダ	31.3	2.0
10	チェコ	44.0	2.7	4.0	10	ロシア	30.5	2.0
合計		716.2	45.9		合計			51.8

(出典) 国松・鈴木 (2006: 2)

## 6. 現代の中国観光の課題

中国では、改革開放政策の推進によって、観光を通じた経済発展という目的が重視され、実際に高度経済成長の維持および人々の生活水準の向上といった効果も見られる。国民の観光に対する価値観や行動は大きく変化し、国民の観光意欲も高まり、観光客数も年々増加している。さらに、多様な観光形態が存在する中国では、富裕層や都市住民に魅了するだけでなく、外国人観光客も引き付け、更なる観光客の増加による経済効果が見込まれている。

中国では、大衆観光と新たな観光形態の同時発展という特徴が見られることを指摘した。一般に先進諸国では、マスツーリズムの弊害に対応するために、オルタナティブツーリズムとして多様な観光形態が誕生するというプロセスが見られる。堀川 (2007: 175-176) も、「観光者の側から見ると、団体での駆け足旅行から滞在型・体験型・アンチ定番型観光志向、つまり個人やグループで見たいところをじっくり味わい、それぞれに合った楽しみを見つけ、あるいはリピーターとなって何度も同じところを訪ね、自分や地域を見直す、こうして質の高い観光がますます増えてくる」と指摘している。

しかし、中国では、マスツーリズムへの反省から多様な観光形態が展開されたわけではなく、マスツーリズムも多様な観光形態も、ともに経済発展をめざす手段として位置づけられている。現在の中国の高度経済成長を踏まえると、やむを得ない側面もあるが、経済面以外の効果に対する配慮も必要ではないか。経済発展を過度に強調すると、観光開発による自然環境の悪化や農業離れによる生産力の低下、農



村の魅力の低下などの問題が深刻化する恐れがある。実際、郷村観光を推進している農村が、経済効率の高い観光の推進によって継続が難しくなるという状況に直面している例も見られる（張・森重 2010：136）。そこで、経済発展だけを重視するのではなく、持続可能性（サステナビリティ）に対する一定の配慮が必要といえよう。

## 7. おわりに

本研究では、改革開放政策前後の中国観光の位置づけや政策などを比較・分析してきた。その結果、改革開放政策以前の観光は「究極の無用な行動」としてタブー視され、華僑の帰国や親族訪問、一部の外国人訪問者の接待という形でしか、観光は行われてこなかった。しかも、観光は政治目的のイメージが強く、訪問者の行動は厳しく制限されていた。

しかし、改革開放政策以降、観光は「経済発展の手段」として位置づけられ、そのイメージは一変した。中央政府は外国人観光客を積極的に受け入れるため、国家旅游局の設置や WTO への加盟など、観光管理体制を整えるとともに、観光の推進に必要なインフラ整備を積極的に進めてきた。また、国内観光についても、国民の移動の自由を大幅に認めるだけでなく、休暇制度の改革や観光年の設定など、国民が旅行に出かけやすい環境づくりを推進してきた。

その結果、2010 年上半期の国内観光客数は 10 億 9,700 万人、観光収入は 7,500 億元（約 9 兆 5,800 億円）と見込まれ、世界有数の観光大国となりつつある。また、大衆観光だけでなく、SIT 型の観光などの多様な観光形態が同時発展するという特徴が見られ、いずれも経済発展の原動力の 1 つに位置づけられている。しかし、過度の経済発展の追求が、自然環境の悪化や農業生産力の低下、農村の魅力の低下につながるものが懸念され、持続可能性に対する一定の配慮が必要であることを指摘した。

一般に観光は、一部の富裕層から大衆へと広がり、マスツーリズムがさまざまな問題をもたらす中で、多様な観光形態へと展開するプロセスが見られる。例えば、英国では、17 世紀後半から貴族による馬車の旅が盛んであった。18 世紀になると、乗り合い馬車が誕生し、貴族だけでなく、中産階級も長距離旅行が可能になった。そして、18 世紀末に鉄道が整備されたことで、観光業の父と呼ばれている英国のトマス・クックは、鉄道を利用した「禁酒運動」のための団体旅行を企画した。これによって、観光の大衆化が実現し、近代観光が成立した。しかし、先進諸国で見られた観光の大衆化は、さまざまな問題を引き起こした。

マスツーリズムの弊害について、1970 年代以後、交通機関の普及によって大量の観光客を運ぶことが可能になったため、スペインやイタリアなどの地中海の海岸リゾートが急速に整備され、海浜や道路の混雑、空気や水の汚染などの環境悪化が顕在化した（横山 2006：3-4）。また、敷田（2009：82）は「観光システムは、マスツーリズムによって「観光公害」を生み出し、特に地域の自然環境や地域社会に悪影響を及ぼした」と指摘している。

吉田（2009：230）は「現代のパッケージツアーなどは参加するツーリストに対して、旅行中に起こりうる面倒や問題を、いかにゼロに近づけて、便利で快適な旅行を提供するのか、という思想のもとに商品開発されていることは、周知の事実である。しかし、20 世紀に発展してきたマスツーリズムによる旅行や観光が、21 世

紀初頭、ここへきて、本当に現代の成熟する消費者の欲求や価値意識に呼応しているのか」というアンチテーゼをあげている。

さらに、石森（2009：19）は従来型のマスツーリズムの開発は外発的観光開発であると指摘している。外発的観光開発とは、「基本的にマスツーリズム対応を主要な前提にしており、しかも観光開発の対象となる地域社会の外部の企業が開発主体となるケースが圧倒的に多かった。そのような外部企業による観光開発のあり方」（石森 2009：17）である。「外発的観光開発は、しばしば地域社会の意向を軽視することによって、地域の貴重な資源の破壊や悪用や誤用などが行われ、さまざまな負のインパクトが生み出されがちである」（石森 2009：17）と指摘している。

現代は、従来型のマスツーリズムの弊害を克服する「持続可能な観光」の創出が課題となっており、その中から新たな観光形態が生み出されている。観光の大衆化と新たな観光形態が同時発展する中国において、どのように「持続可能な観光」を導出していくべきか、今後さらに検討を深めていきたい。

### 【謝辞】

本研究の作成にあたり、レビュワーを務めていただいた元観光創造専攻博士後期課程の森重昌之氏から貴重なアドバイスを賜った。ここに記して感謝の意を表したい。

### 【注】

1) <http://www.j.people.com.cn/94475/7104387.html> (downloaded on 2010.12.23)

### 【参考文献】

- 石森秀三（2008）「観光立国時代における観光創造」石森秀三編『大交流時代における観光創造』北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院, pp.1-20.
- 井村秀文（2007）『中国の環境問題—今なにが起きているのか』化学同人, 224p.
- 王文亮（2001）『中国観光業詳説』日本僑報社, 528p.
- 王文亮（2002）『中国のWTO加盟と国際観光業—日中観光交流の新時代へ』日本僑報社, 128p.
- 国松博・鈴木勝（2006）『観光大国—中国の未来』同友館, 170p.
- 敷田麻実（2009）「自律的観光から持続可能な地域を目指して—エコツーリズムという試み」石森秀三編『大交流時代における観光創造』北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院, pp.75-96.
- 張広帥・森重昌之（2010）「中国の新農村建設における郷村観光の重要性に関する研究—大連市を事例として」『日本計画行政学会第33回全国大会研究報告要旨集』, pp.133-136.
- 張俐俐（2003）「我国旅游管理体制改革的历程」『社会科学家』総第100期, pp.82-90.
- 鄧小平（1996）『鄧小平は語る』広州出版社, 241p.
- 堀川紀年（2007）『日本を変える観光力—地域再生への道を探る』昭和堂, 185p.
- 松村嘉久（2009）「観光大国への道のり」佐々木信彰監修『中国の改革開放30年の明暗—とける国境、ゆらぐ国内』世界思想社, pp.30-43.
- 横山秀司（2006）『観光のための環境景観学—真のグリーン・ツーリズムにむけて』古今書院, 164p.
- 吉田順一（2009）「観光創造の方法と方向—ネオツーリズムと文化デザイン」石森秀三編『大交流時代における観光創造』北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院, pp.229-248.